

# Autonoleggio, gli affari vanno a tutto gas

Marco Frojo

Milano

Se il 2016 è stato un anno da incorniciare per l'autonoleggio, il 2017 potrebbe essere ancora migliore. Al giro di boa dei primi sei mesi, il noleggio a lungo termine, che rappresenta quasi i cinque sestimi del giro d'affari dell'intero settore, ha fatto registrare un balzo del fatturato del 14% salendo a 3,5 miliardi di euro. Il miglioramento in valori assoluti è dunque nell'ordine dei 400 milioni.

La crescita del parco macchine è andata di pari passo con questo trend: al 30 giugno il totale dei veicoli destinati al noleggio a lungo termine era di 757.000 unità, il 12% in più rispetto a dodici mesi prima. La costante domanda da parte delle aziende, che hanno capito che noleggiare costa meno di comprare, e il nascente mercato dei privati, che stanno lentamente rinunciando all'idea di auto di proprietà in cambio di una riduzione dei costi, sono i driver di questa crescita che macina record anno dopo anno.

«Il mercato dell'auto gode di buona salute e il noleggio può vantare tassi di crescita ancora superiori. Il quadro che osserviamo è dunque a tinte rosa — afferma soddisfatto Andrea Cardinali, presidente dell'associazione di categoria Aniasa — Il breve e il lungo termine progrediscono in sintonia e l'obiettivo di un +17% sul fronte delle immatricolazioni è perfettamente in linea con quanto visto nei primi sei mesi dell'anno».

Da gennaio a giugno le immatricolazioni di autovetture del noleggio a lungo termine sono state oltre 150.000, un valore in crescita del 16% rispetto allo stesso periodo del 2016. Fra le nuove auto continuano a dominare sia come numero totale che come tasso di crescita le "medie" (segmento C), seguite dalle utilitarie (segmento B) e dalle medie-superiori (segmento D). Ha fatto registrare un deciso balzo anche il segmento E (superiori), anche se la sua quota sul totale resta bassa. L'unica tipologia di veicoli che ha fatto segnare un arretramento è stato l'alto di gamma (segmento F).

Sul fronte delle alimentazioni il diesel continua a farla da padrone (+14% l'immatricolato e una quota sul totale pari al 75%) ma il dato rivoluzionario riguarda le ibride che hanno messo a segno un balzo del 167%, pur continuando ad avere una quota sul totale ancora ridotta (1%). È andata molto bene anche l'alimentazione a Gpl (+92%), mentre il metano (-23%) e le elettriche (-57%) sembrano, almeno per ora, non aver sfondato.

Analogamente a quanto accade nel più ampio mercato italiano dell'auto, la Fiat è riuscita a ritagliarsi la fetta più grande delle immatricolazioni (26,2%), seguita da Ford (8,6%) e Volkswagen (7%). La vettura che ha consentito alla casa torinese di fare un balzo del 39% rispetto al 2016 è stata la Tipo, di cui ne sono state immatricolate 6.453 unità (nel 2016 era appena uscita), mentre la Panda (+10% a 11.531) e la 500 (+43% a 6.825 unità) sono state le due vetture di maggior successo in termini numerici.

L'ottimo stato di salute dell'autonoleggio è stato più di recente confermato dai dati di agosto, gli ultimi disponibili

per le immatricolazioni, che hanno visto un progresso complessivo del 41%, che è la somma del +76% fatto registrare dal breve termine e del +34% del lungo termine. Essendo relativo a un solo mese, e per di più non dei più vivaci, questo dato non è particolarmente significativo ma la dice lunga sul sentiment del settore.

«In un contesto molto positivo le uniche incognite sono di carattere politico e legate in particolar modo alla legge di Stabilità — prosegue nella propria analisi Cardinali — Ad ogni non è ancora chiaro se il superammortamento verrà rinnovato, impedendo alle società di autonoleggio di pianificare i propri investimenti. Se questo sgravio cesserà potremmo assistere a una corsa alle immatricolazioni negli ultimi mesi dell'anno; in caso contrario gli acquisti di nuove auto saranno più diluiti nel tempo. In ogni caso avremmo bisogno di un orizzonte temporale più lungo per programmare meglio la crescita». Un altro punto su cui Aniasa sta focalizzando la propria attenzione è il car sharing: «Chiediamo che gli venga riconosciuta una funzione di trasporto pubblica con relativa applicazione di Iva agevolata», conclude Cardinali.

Nonostante le incertezze politiche e normative, la benzina per la crescita futura non dovrebbe mancare. La fase di sviluppo del mercato delle piccole flotte e dei professionisti con partita Iva è ancora all'inizio e già si stanno ben posizionando quelli che potrebbero essere i nuovi grandi driver: la domanda da parte dei privati e la crescita del noleggio dei veicoli commerciali.

Questi ultimi in particolare

lo scorso anno hanno già dato un segnale forte, con l'incremento di flotta arrivato al 21% grazie ai 26.000 nuovi e con un aumento delle immatricolazioni di ben il 64%. Per quel che riguarda i privati, invece, ad oggi i contratti si contano a migliaia ma, come rilevato dall'ultimo Rapporto Aniasa, «qui il business è tutto da scoprire».

A conti fatti, per molti privati il noleggio dell'automobile potrebbe essere più conveniente del possesso. Questo ragionamento si scontra ancora con una mentalità secondo la quale l'auto deve essere di proprietà ma le cose stanno cambiando velocemente soprattutto grazie al successo di car sharing, che sta convincendo molti Italiani dei vantaggi dati da questa formula. Dal canto loro le aziende di autonoleggio hanno messo a punto proposte commerciali decisamente più convenienti e più a misura delle reali esigenze del potenziale cliente. Le premesse dunque ci sono già tutte; la svolta potrebbe arrivare a breve.

**IL LUNGO PERIODO FA +14% (400 MILIONI DI MAGGIORI RICAVI) NEI PRIMI SEI MESI DELL'ANNO. AD AGOSTO IMMATICOLAZIONI A +41% TOTALE. IL PRESIDENTE DI ANIASA ANDREA CARDINALI: "IL QUADRO È A TINTE ROSA MA OCCORRONO CERTEZZE SUL SUPERAMMORTAMENTO E L'IVA AGEVOLATA A FAVORE DEL CAR SHARING"**



Peso: 70%





La ripresa del settore **autonoleggio** traina la produzione e la vendita di auto sul mercato italiano

### FLOTTE AZIENDALI, IL BOOM DEL 2017

	1° sem. 2017	1° sem. 2016	Var. %
<b>FATTURATO</b> (incluso prelease e usato, in milioni di euro)	<b>3.535</b>	<b>3.108</b>	<b>14%</b>
<b>FLOTTA MEDIA</b>			
TOTALE VEICOLI	<b>715.801</b>	<b>617.128</b>	<b>16%</b>
<b>FLOTTA CIRCOLANTE</b>			
TOTALE VEICOLI	<b>757.484</b>	<b>674.117</b>	<b>12%</b>
	giugno 2017	giugno 2016	
TOTALE VEICOLI	<b>757.484</b>	<b>648.971</b>	<b>17%</b>

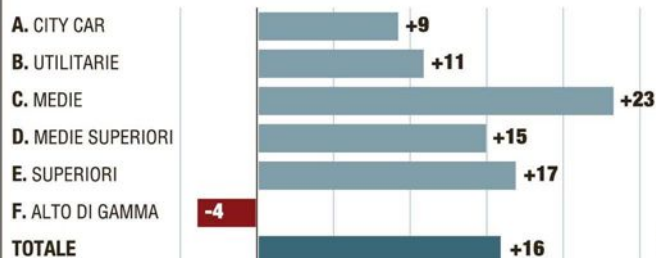
Fonte: ANIASA



**Andrea Cardinali**  
presidente  
Aniasa

### LE IMMATRICOLAZIONI PER SEGMENTO

Variazioni % 1° semestre 2017 su stesso periodo 2016



Peso: 70%



# Il commercio elettronico spinge i furgoni

L'UFFICIO STUDI DI CONFARTIGIANATO SEGNALE CHE LO SCORSO ANNO PIÙ DI UN UTENTE INTERNET SU DUE (PER LA PRECISIONE IL 50,5%) HA EFFETTUATO UN ORDINE ONLINE. IL FENOMENO SOSTIENE IL MERCATO DEI VEICOLI COMMERCIALI

**Milano**

Si è sempre detto che i dati relativi all'andamento dei veicoli commerciali sono il termometro dell'economia. Perché quando gli affari vanno bene, occorre trasportare un numero più elevato di prodotti, e l'opposto accade nei momenti negativi. Ora va emergendo un altro ruolo, quello di spia dei nuovi trend del mercato. Nell'ultimo rapporto **Aniasa**, infatti, viene sottolineato il contributo alla crescita del noleggio dei furgoni proveniente dal commercio elettronico. Che nel nostro Paese sta finalmente uscendo da una dimensione di nicchia per assumere le dimensioni di un fenomeno di massa.

L'ufficio studi di Confartigianato segnala che lo scorso anno più di un utente internet su due (per la precisione il 50,5%) ha effettuato un ordine online, l'1,8% in più rispetto al 2015, a proseguire in un trend di sviluppo che finora non ha mai registrato pause. E l'Osservatorio eCommerce b2c curato da Netcomm e School of Management del Politecnico di Milano si aspetta un balzo delle vendite online per l'anno in corso (+16% a quota 23,1 miliardi di euro), trainato

da informatica, food e abbigliamento. Se il primo ambito non sorprende, va invece detto che solo pochi anni fa nessuno avrebbe immaginato acquisti di massa via internet di cibo e di scarpe.

Eppure è lo scenario che si va configurando, grazie alla maggiore dimestichezza degli italiani con lo strumento e allo sviluppo tecnologico (basti pensare alla possibilità di simulare l'effetto di un capo sul proprio corpo dopo aver inserito le proprie misure). A cascata, servono furgoni per il trasporto fino al luogo di consegna, vale a dire l'abitazione o l'ufficio dell'acquirente. Nel corso del 2016, il noleggio di questi mezzi ha generato un giro d'affari di 57 milioni di euro, in aumento del 13,5% rispetto al 2015. Numeri che assumono un valore ancora maggiore se si considera che già il 2015 era stato archiviato positivamente con un fatturato in crescita del 3%. Dal punto di vista dei volumi nel 2016 gli operatori hanno realizzato quasi 178.500 noleggi di furgoni, con una crescita del 7% rispetto al 2015. «Questi trend mettono in luce la capacità di adattamento al mercato, da parte degli operatori di noleggio — commenta Pietro Teofilatto di **Aniasa** — Per le consegne di prodotti acquistati online servono più mezzi del passato e con caratteristiche di leggerezza e agilità al fine di districarsi tra le strade cittadine per la consegna delle merci». Così, sul lato dell'offerta le so-

cietà di noleggio a breve termine hanno aumentato la flotta media del 17%, attraverso un ricorso importante alle immatricolazioni che sono aumentate.

Il valore medio dell'immatricolato è calato del 14% proprio perché sono stati inseriti in flotta mezzi più piccoli e con prezzi ovviamente più contenuti. «Non va poi trascurato un altro fenomeno emergente: quello dei giovani che affrontano le complessità del mercato del lavoro mettendosi in proprio con piccole attività nel settore della trasformazione e utilizzano i furgoni in noleggio per il trasporto del cibo», aggiunge Teofilatto, che vede rosa anche per l'anno in corso: «Attualmente in Italia circolano 3 milioni e mezzo di veicoli commerciali, metà dei quali è precedente all'introduzione dell'Euro 4. Complice il consolidarsi della ripresa economica, ci attendiamo una nuova crescita del ricorso al noleggio in questo ambito».

Una spinta arriva anche dal super ammortamento, «che incentiva il rinnovo del parco mezzi, riducendo di pari passo l'impatto ambientale». **(l.d.o.)**

Si moltiplica il lavoro dei corrieri nelle città in conseguenza del boom del commercio elettronico. E questo fenomeno spinge il mercato dei furgoni e dei veicoli commerciali impegnati nel servizio



## IL BUSINESS DEI FURGONI

Variazioni % 2016 su 2015

FATTURATO	13,5	Fonte: ANIASA
GIORNI NOLEGGIO	6,9	
FLOTTA MEDIA	16,5	
NUMERO NOLEGGI	6,6	
FLOTTA DI PICCO MASSIMO	43,4	
FLOTTA DI PICCO MINIMO	34,0	
IMMATRICOLAZIONI	47,5	S. DI MEO



Peso: 30%

**[TORINO]**

**Countdown per Smart Mobility World in programma il 10-11 ottobre**

**Aniasa**, noleggio e car-sharing protagonisti alla Smart Mobility World: la più grande manifestazione europea in programma a Torino (10-11 ottobre, Lingotto Fiere). L'evento è interamente dedicato alla mobilità sostenibile e smart, sia collettiva che individuale, organizzata da Clickutility Team, GL Events Italia e Innovability. Smart Mobility World ospita come in ogni edizione anche diversi eventi verticali, i cosiddetti "hosted event". Tra cui quello previsto il 10 ottobre, coordinato da Aci e dedicato al progetto Ue I-HeERO, che punta a costruire un servizio europeo di chiamata automatica di

emergenza (e-Call), disponibile sia per automobili che per veicoli commerciali e industriali. Un altro hosted event verrà organizzato sempre il 10 ottobre dal Politecnico di Torino. Si tratta della conferenza internazionale "Funding and policies for Smart Mobility", che presenterà opportunità di finanziamento e cooperazione per progetti di ricerca e innovazione in ambito smart mobility. Verranno illustrate le linee di finanziamento europee in Horizon2020 e le iniziative finalizzate alla ricerca di soluzioni innovative per il trasporto e la mobilità.



Peso: 8%



# Sicurezza e controllo, il futuro è della black box

GIÀ OGGI GRAN PARTE DEGLI ADDETTI AI LAVORI ATTRIBUISCE ALLA SCATOLA NERA UN RUOLO RILEVANTE PER LE NOTIZIE SU INCIDENTI E FURTI. ADESSO LE ATTESE SONO PER MAGGIORI INFORMAZIONI SU CONSUMI E STILE DI GUIDA DEI DRIVER

**Milano**

Il futuro del noleggio passa dalla black box: quella piccola scatola nera, grande quanto un dispositivo telepass, che sta letteralmente rivoluzionando la gestione tradizionale di un veicolo da parte degli operatori di settore perché consente di ottenere, analizzare e trasformare preziose informazioni provenienti dal proprio parco auto.

A sostenerlo è la ricerca "La telematica sale a bordo delle flotte aziendali", promossa da Top Thousand, l'Osservatorio sulla mobilità aziendale composto da fleet e mobility manager di grandi aziende, in collaborazione con Sumo Publishing. Ricerca che ha preso in esame una flotta campione di 60 grandi aziende di diversi settori (ascensori, cosmetici, chimica, servizi logistici) per un totale di oltre 53.000 veicoli, di cui l'84%, 44.500, gestiti con la formula del noleggio a lungo termine (il 7% del parco circolante in locazione in Italia).

Lo studio rileva che oggi le aziende che utilizzano la black box, lo fanno affidandosi ai fornitori di noleggio a lungo termine (41% del campione), mentre solo il 3% sviluppa "in casa" soluzioni ad hoc; la restan-

te parte del campione utilizza un provider di servizi telematici. Il 58% dei gestori di flotta sta comunque valutando di incrementare il numero di "scatole nere" a bordo della propria flotta, a conferma del crescente interesse per questi dispositivi.

Ma quali sono le informazioni che elaborano le scatole nere? Furti, appropriazioni indebite e sinistri restano in cima alle preoccupazioni dei fleet manager, che provano oggi a contrastarne i crescenti costi (secondo gli ultimi dati forniti da Aniasa furti e sinistri causano al solo settore del noleggio a lungo termine perdite, rispettivamente, di 46,6 milioni di euro e 285 milioni di euro) attraverso la funzione di monitoraggio intelligente delle black box.

Il 68% dei gestori di flotte beneficia già ora di informazioni sulle sottrazioni di veicoli, il 51% acquisisce grazie alle scatole nere dati preziosi sugli incidenti che vedono coinvolte le proprie vetture; seguono, tra le indicazioni più interessanti ottenute da questi dispositivi, la verifica degli effettivi consumi di carburante (34%), che permette di evitare truffe da parte dei driver e il monitoraggio delle attività di manutenzione e degli stili di guida, con il duplice obiettivo di promuovere una coscienza più ecologica e incrementare la sensibilità verso la sicurezza. Il 31% del campione, infine, ne apprezza i vantaggi in termini di saving sui premi assicurativi garantiti dalla dotazione di black box.

Restando al presente, il 64% dei fleet manager evidenzia come al pri-

mo posto tra i benefici prodotti dalle scatole nere ci sia una migliore gestione della flotta, quasi a pari merito con l'incremento della sicurezza dei driver (62%), seguito dalla riduzione dei costi di gestione (48%) del parco auto.

Guardando al prossimo futuro, a quali funzionalità, oltre a quelle già disponibili (reputate sufficienti dal 37% del campione), sono maggiormente interessati i gestori di flotte? Il 15% indica tra i servizi più attesi il controllo dello stile di guida del driver e la verifica dei reali consumi di carburante, mentre il 12% è interessato al monitoraggio dell'uso, della manutenzione e delle emissioni del veicolo. Degna di nota anche la percentuale di quanti segnalano come priorità del supporto telematico la possibilità di lanciare SOS in caso di allarme, di avarie tecniche, crash, ma anche in situazioni di pericolo. A quanto sembra, infine, anche il problema legato alla tutela della privacy è sentito meno rispetto al passato. I driver, infatti, non percepiscono negativamente la presenza della telematica a bordo della propria vettura: il 49% di loro ha un approccio positivo. (v.d.c.)

**In caso di incidente stradale la scatola nera lancia l'allarme, ma le sue funzioni sono molte altre**



Peso: 32%

## [ ANIASA ]

### Sono 34 le aziende nell'associazione di Confindustria

L'**Aniasa**, l'Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici, rappresenta, dal 1965, le imprese che svolgono attività di locazione veicoli senza conducente e servizi collegati alla mobilità. All'interno di Confindustria, **Aniasa** aderisce a Federturismo, la filiera delle attività riguardanti l'industria dei servizi turistici. In ambito europeo aderisce a Leaseurope, organismo delle analoghe associazioni di categoria, punto di riferimento per le iniziative legislative comunitarie e per lo scambio di informazioni ed esperienze sul mercato europeo. **Aniasa**, che dal gennaio scorso è presieduta da Andrea Cardinali, vanta 34 imprese associate, 1 adesione tecnica e 13 soci aggregati. Fra i principali compiti

dell'associazione ci sono la gestione dei rapporti con le istituzioni legislative nazionali e comunitarie, la stipula del contratto nazionale di lavoro di categoria, l'assistenza dei propri soci in materia economica e fiscale e la raccolta dei dati utili al monitoraggio del settore dell'autonoleggio.



Peso: 6%

# Autobus in affitto, adesso si può occasione per il trasporto pubblico

**IL PROVVEDIMENTO È STATO APPROVATO IN ESTATE E AMMETTE LA LOCAZIONE SENZA CONDUCENTE DI MEZZI CON MASSIMO 12 ANNI DI ANZIANITÀ ANIASA: "VIA LIBERA ANCHE PER I TAXI E PER I VEICOLI INDUSTRIALI"**

**Milano**

Le imprese di trasporto pubblico regionale e locale ora potranno prendere a noleggio gli autobus da utilizzare per il servizio di linea, invece che acquistarli. Prima non era possibile. Lo vietava il Codice della strada. «Si tratta di un risultato storico», spiega Andrea Cardinali, presidente di Aniasa, l'associazione nazionale delle aziende del noleggio. «Fino a poco tempo fa normative anacronistiche, come l'incomprensibile divieto di noleggio di alcune categorie di veicoli, lo impediva», ricorda. Aniasa adesso attende che lo stesso tipo di via libera sia dato per il mercato dei veicoli industriali, dei taxi e del noleggio di vetture con conducente. Perché qui, invece, un divieto è ancora in vigore.

Il provvedimento sugli autobus a noleggio è stato

approvato a inizio estate e ammette la locazione, senza conducente, di veicoli con massimo dodici anni di anzianità. Andando così a estendere quella regola che consentiva il noleggio per veicoli per il trasporto fino a un massimo di nove persone. «Per oltre un decennio — prosegue Cardinali — abbiamo cercato di sensibilizzare le istituzioni sui vantaggi per le aziende pubbliche. Ora queste non saranno più costrette all'acquisto dei bus». Secondo Aniasa, per colpa delle vecchie regole, in questi anni, si è assistito al pesante invecchiamento degli autobus pubblici in circolazione: «L'anzianità media in Italia — affermano dall'associazione — è infatti di 12,2 anni contro una media di 7,6 nel resto d'Europa».

Dall'entrata in vigore del Codice della strada sono trascorsi oramai ben venticinque anni, nei quali il mondo è cambiato. E insieme al mondo si è trasformato anche il mercato dell'automoti-

ve. È cresciuto il numero delle auto a noleggio in Italia, passate dalle 31mila alle quasi 800mila unità. E ancora, ogni giorno, per ragioni di business e di turismo, ben 674mila persone utilizzano i servizi del noleggio a lungo termine, 89mila persone quelli del noleggio a breve termine e oltre 17mila quelli del car sharing.

«Ora si deve dare la possibilità di prendere a noleggio — conclude Cardinali — anche alle realtà costrette ad acquistare i veicoli industriali, i taxi, e le auto da adibire al trasporto con il conducente». Bisogna rimuovere i altri divieti previsti dal Codice della Strada che resistono — spiegano dall'Associazione — ormai solo nel nostro Paese e in Portogallo». **(st.a.)**



Il noleggio arriverà anche per i bus



Peso: 20%



# L'usato piace e riempie le casse il mercato fa un balzo di 100 milioni

NEL 2016 IL VOLUME D'AFFARI È STATO DI 1,7 MILIARDI, UN QUARTO DEI RICAVI TOTALI DEL SETTORE. PANDA LA PIÙ VENDUTA. L'ONLINE FAVORISCE IL BUSINESS: IL TRAINO È L'AFFIDABILITÀ DI VETTURE A BUON PREZZO, GARANTITE E APPREZZATE DAL CONSUMATORE

**Stefania Aoi**

*Milano*

È la Panda la regina del mercato dell'auto usata. Questo modello, secondo dati **Aniasa**, costituiva il 9 per cento delle 165mila macchine vendute nel 2016 dalle società di noleggio a lungo termine, realtà a cui si rivolgono le aziende che hanno necessità di veicoli per i dipendenti. E nei primi sei mesi di quest'anno continuava a valere quasi un 7 per cento del totale. Un dato influenzato anche dal fatto che una grande azienda come Poste Italiane ha cambiato le vecchie auto, e il gruppo LeasePlan Italia, che gliene aveva fornite, ha dovuto smaltire oltre 15mila vetture, quasi tutte di questo tipo, prima utilizzate per consegnare nelle nostre case lettere e raccomandate.

Tra i modelli più venduti ci sono poi la Grande Punto (6 per cento) e la Cinquecento L (4 per

cento). Così il marchio Fiat si conferma padrone su questo mercato, con quasi un 28 per cento di quota nel primo semestre di quest'anno, seguito, a grande distanza, da marchi come Volkswagen e Audi (entrambi con il 7 per cento di market share). Case automobilistiche che in sette casi su dieci passano ai noleggiatori veicoli a gasolio. E solo in due casi su dieci a benzina. Ancora quasi irrilevante è, invece, il numero di macchine elettriche (nemmeno 150).

La vendita di auto usate è, per le società di noleggio a lungo termine, un business remunerativo. Vale circa un quarto dell'intero fatturato del settore. E il suo peso continua a crescere: i ricavi sono aumentati di 100 milioni tra il 2015, quando erano di 1,6 miliardi, e il 2016, quando sono arrivati a 1,7. Grazie soprattutto alla vendita ai commercianti, un canale molto apprezzato. Qui vanno a finire quattro veicoli su cinque. Un rivenditore prende, in un colpo solo, grandi quantità di vetture. E al noleggiatore è sufficiente indire un'asta online. Internet favorisce però anche la vendita diretta ai privati, che cresce dell'8 per cento e che offre margini di guadagno migliori rispetto ai rivenditori che comprano grandi stock. Nel 2016 sono state date via in

questo modo oltre 13.500 vetture, quelle con meno chilometri.

«Il comparto del remarketing — spiegato da **Aniasa** — è diventato sempre più strategico per il noleggio a lungo termine ed è in forte evoluzione, considerato gli evidenti aspetti economici e finanziari nonché le interconnessioni con il mondo delle case auto e dei concessionari». Il consumatore si fida. «Sa che il prodotto — proseguono dall'associazione — è garantito e che a condizioni economiche vantaggiose si può avere un veicolo perfettamente mantenuto e tagliando».

Un'azienda che sta investendo in modo particolare sulla vendita ai privati e sul canale digitale è proprio la LeasePlan. «Le auto comprate direttamente dai privati valgono per noi tra il 12 e 18 per cento del fatturato derivante dalle vendite di auto usate — spiega l'amministratore delegato Alfonso Martinez — Ma vogliamo farle crescere ancora di più». Perché su alcune vendite, queste danno maggiori guadagni che possono andare tra il 10 e il 20 per cento circa rispetto a quelli derivanti dalla vendita ai commercianti. «Ma non è questo il punto: perché da questi bisogna togliere i maggiori costi per la gestione dei

processi e delle risorse umane che la vendita al target privati richiede».

C'è quindi un'altra convenienza a rafforzare questo canale. «Con la vendita ai privati c'è anche un ritorno in *brand awareness* e si chiude un processo di servizio che parte con il noleggio dell'auto».

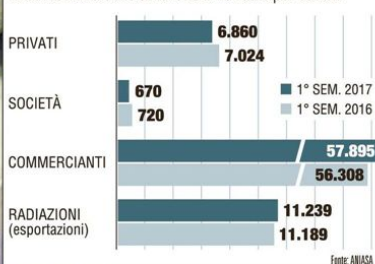
Ma quale età hanno le auto del noleggio a lungo termine quando vengono messe in vendita? Secondo **Aniasa**, nel 2016, due su cinque avevano un'anzianità tra i 4 e i 5 anni, segno evidente che la durata dei noleggi si è allungata. Una su tre, quasi 42mila veicoli, un'età compresa tra i due e i tre anni. Solo il 14 per cento, quasi 24mila vetture, apparteneva alla fascia con anzianità compresa tra uno e due anni. Il 15 per cento infine aveva 6 o più anni. Macchine vendute soprattutto sul mercato italiano. Il canale export è poca cosa ed è molto variegato. Valeva, l'anno scorso, il 14 per cento sul totale delle vendite di usato, ed era però in diminuzione del 2 per cento. Inoltre comprende numerosi mercati europei molto diversi tra loro, sia per le quantità di usato assorbite, sia per la composizione dei brand più richiesti.



Il mercato dell'usato riempie soprattutto i piazzali dei commercianti che acquistano interi lotti su Internet. Ma anche i privati mostrano di fidarsi delle vendite degli autonoleggi

## IL MERCATO DELL'USATO

Distribuzione delle autovetture vendute per canale





**[ IL TREND ]**

**Né lusso né low cost, ma di media cilindrata è la “seconda mano” che cercano gli italiani**

Niente lusso ma nemmeno macchine low cost. Gli italiani quando cercano auto usate le vogliono di media cilindrata. È questo quanto emerge anche dai dati, divulgati da **Aniasa**, sulle vendite di veicoli usati aziendali, nei primi sei mesi del 2017. Del resto, proprio questi tipi di vettura sono quelli che più di frequente i noleggiatori del lungo termine forniscono alle società loro clienti. I numeri raccontano che su 65mila veicoli venduti tra gennaio e giugno scorso, più di 24mila erano auto di media cilindrata, cioè quasi quattro su dieci. Quindicimila e duecento erano invece i veicoli di una categoria leggermente superiore (due su dieci). E altre

15mila erano le utilitarie, quindi auto di fascia inferiore. Le city car hanno infine rappresentato appena il 13 per cento del totale. Per l'esattezza, sono stati venduti circa 8mila e trecento veicoli di questo tipo. E appena del 3 per cento, è stata la vendita di auto di fascia più alta, come i fuori strada. Nei primi sei mesi del 2017 sono infine state vendute appena 76 auto usate di categoria lusso. Di sicuro il modello di auto berlina, cioè quella con il tetto fisso e le cinque porte, è quello che va per la maggiore. In alcuni casi si sono però vendute anche delle automobili aperte e dei coupé. (st.a.)



Peso: 11%

# L'ondata del turismo stimola gli investimenti negli aeroporti italiani

**Milano**  
Da qualche anno a questa parte il boom turistico del Belpaese non conosce ostacoli e l'autonoleggio a breve termine è uno dei settori che ne sta approfittando maggiormente. Il 2016 si è chiuso con un giro d'affari record di 1,2 miliardi di euro (+4,9% rispetto al 2015) e la corsa è proseguita quest'anno. Nel primo semestre il fatturato è cresciuto del 6%, i giorni di noleggio del 4,8% e il numero di noleggi del 4,5%. Nel primo trimestre, inoltre, le immatricolazioni sono balzate del 13,3% a 65.380 unità (il dato del semestre non è ancora disponibile). A conferma dell'importanza della domanda turistica, il dato relativo ai noleggi effettuati in aeroporto risulta essere in crescita del 7%, un tasso quasi doppio rispetto a quello complessivo.

E non è un caso che l'industria dell'autonoleggio stia effettuando importanti investimenti proprio negli scali aeroportuali. «In numerosi aeroporti sono in di progettazione o di costruzione aree dedicate all'autonoleggio più ampie, più sicure e più confortevoli — Giuseppe Benincasa, segretario generale di Aniasa — L'obiettivo è quello di mi-

gliorare la soddisfazione del cliente e di allinearci ai più alti standard europei».

Secondo il dirigente dell'associazione di categoria i progressi più incoraggianti sono stati messi a segno da scali del Centro e del Meridione, mentre al Nord e in particolar modo in Lombardia c'è molta meno sensibilità su questo argomento. «Per gli aeroporti il noleggio è la principale fonte di entrate non direttamente collegate ai voli e la mancanza di progettualità di alcuni scali del Settentrione lascia perplessi».

L'attenzione al cliente «è di fondamentale importanza e questa politica alla fine prevale sempre — prosegue il segretario generale di Aniasa — Ne è la dimostrazione la risalita del canale di prenotazione diretta che sta recuperando terreno nei confronti dei broker. È vero che i prezzi praticati dalle compagnie possono essere leggermente più alti di quelli di alcuni portali Internet ma è altrettanto vero che si tratta di prezzi finiti che non riservano amare sorprese dell'ultimo minuto. La trasparenza è un valore che dovranno sempre più adottare anche i broker, con conseguente adeguamento dei prezzi».

zi».

E proprio in un'ottica di massima trasparenza Aniasa, in collaborazione con l'Unione Nazionale Consumatori, ha messo a punto una guida con le quindici regole da rispettare per non rimanere delusi dal noleggio di un'auto in vacanza: cinque riguardanti la prenotazione, cinque da utilizzare al ritiro del veicolo e cinque per la riconsegna.

L'altro pilastro del breve termine è rappresentato dai noleggi nei centri città. Pur mostrando tassi di crescita inferiori a quelli degli aeroporti, le attività cittadine beneficiano di due trend molto promettenti, il car sharing e la crescita del commercio elettronico. Quest'ultimo ha innescato una sostenuta domanda di piccoli veicoli commerciali per le consegne dei prodotti comprati sul Web, mentre il car sharing è la vera novità nell'ambito dei trasporti cittadini. «Tutta la filiera della sharing economy sta funzionando», puntualizza il dirigente di Aniasa che, non a caso, ha di recente costituito una sezione dedicata al car sharing che rappresenta il 95% del mercato.

In un contesto molto positivo non mancano gli aspetti da mi-

gliorare, a partire dall'incidenza dei furti: «In Italia questo problema ha una portata non paragonabile a nessun altro Paese europeo; il danno subito dagli operatori del breve termine è pari a 10 milioni di euro, a cui si vanno ad aggiungere gli oltre 30 milioni a carico del lungo termine», spiega Benincasa. Al Sud spetta il triste primato di essere l'area più a rischio del Paese, mentre al Nord vengono prese di mira soprattutto le dotazioni tecnologiche e in particolar modo i navigatori satellitari. «Le forze dell'ordine fanno il loro dovere; purtroppo è il sistema sanzionatorio a essere carente — conclude Benincasa — Non bisogna dimenticare che il furto di auto va ad alimentare traffici ben più pericolosi, oltre a rappresentare un grave danno per l'intera industria dell'autonoleggio». (m.fr.)

**IL NOLEGGIO A BREVE NEGLI SCALI È UN SEGMENTO IN SENSIBILE ASCESA. E COSÌ SI INTERVIENE PER ALLARGARE LE AREE DI SOSTA DEDICATE E PER CREARE NUOVI SERVIZI AL SUD RISPOSTA PIÙ PRONTA DI QUELLA CHE C'È AL NORD**



Cresce il flusso dei turisti che dell'Italia apprezzano le spiagge sulla costa e le città d'arte. Il fenomeno sostiene il noleggio a breve negli aeroporti. Le società si organizzano





# Pay per use e affitto di pochi mesi le compagnie modello "sartoria"

LA FORMULA DEL MEDIO TERMINE OFFRE SOLUZIONI PERSONALIZZATE CHE SPAZIANO DALLA CONCESSIONE DELLA MACCHINA PER SOLI 60 GIORNI FINO AD UN ANNO. VARIANO CONDIZIONI E CLAUSOLE: COLOSSI COME ARVAL, HERTZ E AVIS SI STANNO IMPEGNANDO NELLA PROPOSTA DI PACCHETTI INEDITI

**Milano**

**A** caccia di nuovi filoni per crescere, diverse compagnie specializzate nel noleggio da qualche tempo stanno puntando sull'offerta a medio termine (con disponibilità del veicolo da due mesi a un anno), che combina le caratteristiche delle offerte tradizionali di breve e di lungo termine, lasciando spazi per una maggiore personalizzazione. La domanda di consumo va verso soluzioni ibride e gli operatori sono chiamati a rispondere prontamente, è l'analisi su questo punto di [Aniasa](#). Non vi sono ancora statistiche sulla diffusione di questa nuova fetta di mercato, ma l'associazione di settore rileva una crescita molto forte.

La convinzione è che non si tratti di una moda passeggera, bensì di un trend destinato a rafforzarsi nel tempo. «L'obiettivo è accompagnare i clienti nel processo di trasformazione in atto», spiega Grégoire Chové, direttore generale di Arval Italia. Il principale motore del cambiamento è l'evoluzione nei desideri dei consumatori, che oggi consi-

derano prioritario l'utilizzo del mezzo rispetto alla proprietà ed è un passaggio epocale in un Paese da sempre abituato alla proprietà, «come dimostra l'attaccamento alla casa, patrimonio di oltre l'80% delle famiglie», aggiunge il manager di Arval. «Con le opzioni per il medio termine, offriamo un veicolo con equipaggiamento business subito disponibile, oltre alla flessibilità di poter variare tutti i parametri contrattuali e senza richiesta di un anticipo», aggiunge.

Le formule di Arval spaziano dalla Free (da uno a quattro mesi), con canoni mensili costanti, chilometraggio illimitato, nessuna penale per la restituzione anticipata e pay per use (cioè pagamento per quanto realmente utilizzato), fino alla più lunga Easy (cinque-ventiquattro mesi), caratterizzata da un canone decrescente all'aumentare del periodo e chilometraggio personalizzabile.

Su questo filone punta anche Hertz, come racconta l'amministratore delegato Italia Massimiliano Archiapatti. «Negli ultimi anni abbiamo riscontrato un interesse crescente per soluzioni meno vincolanti di un classico noleggio a lungo termine per 36/48 mesi».

Da qui la scelta della società di puntare su un ventaglio di soluzioni, alcune tailor-made, altre più semplificate, come Hertz MiniLease, che permette di avere tariffe all-inclusive con chilome-

traggio a partire da 1.500 km per 28 giorni di noleggio, assicurazioni, costi di manutenzione e riparazione, assistenza stradale 24 ore al giorno, tutti i giorni della settimana. «Inoltre è possibile pagare con carta di credito, senza versare anticipi, cambiare l'auto senza costi aggiuntivi e di ricevere giorni di noleggio omaggio tramite il programma Hertz Gold Plus Rewards», aggiunge Archiapatti.

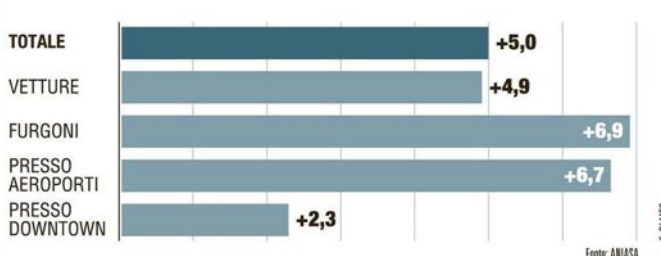
Da qualche mese è partito anche Avis Flex, il servizio di noleggio auto per le imprese che fornisce soluzioni flessibili e senza vincoli a lungo termine. «Il servizio è pensato per settori che necessitano di una soluzione di noleggio unica», racconta Gianluca Testa, managing director di Avis Budget Italia. «Ad esempio per i responsabili delle flotte e dei viaggi aziendali e per i proprietari di piccole e medie imprese», aggiunge. Ricordando che la flessibilità riguarda anche la possibilità di accedere a «soluzioni di pagamento adattabili alle diverse esigenze senza esborso di capitale o spese extra nascoste e un unico pagamento mensile per coprire tutti i costi». **(I.d.o.)**

**Il noleggio a breve cresce in media del 5% nel 2016.**

I furgoni (+6,9%) fanno meglio delle auto (+4,9%) che rialzano la media grazie ai noleggi in aeroporto

## IL NOLEGGIO A BREVE TERMINE

Variazioni % 2016 su 2015 della distribuzione dei giorni di noleggio



Peso: 35%

## I DATI

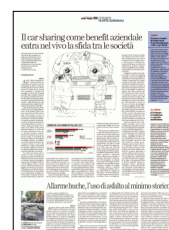
### Il nuovo modo di muoversi è un fenomeno: +33% nel 2016

È una corsa senza sosta quella del car sharing in Italia. Nel 2016 i noleggi hanno toccato quota 6,3 milioni (+33% rispetto all'anno precedente), per una flotta che conta seimila veicoli (+33%) e un milione di iscritti (+70%) ai servizi di auto in condivisione. Almeno questi sono i dati emersi da

un'indagine condotta da **Aniasa**, l'associazione nazionale industria dell'autonoleggio e dei servizi automobilistici. L'identikit dell'utente tipo è maschio, 38 anni, vive soprattutto in zone centrali o semi-centrali e utilizza il car sharing principalmente per spostarsi per lavoro. In media possiede quasi tre

tessere dei diversi fornitori, che utilizza a seconda delle disponibilità dei mezzi e delle proprie esigenze. (ch.ben.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso: 5%